FACTSHEET

BUSINESS MANAGEMENT

ORDER NO. 03-057

SEPTEMBER 2003

AGDEX 845

Ontario Ministry of Agriculture and Food

ADDING VALUE TO FARM PRODUCE BY ON-FARM PROCESSING

W.J. Baxter

WHAT IS VALUE-ADDED?

Many food producers are looking for ways to get a bigger share of the retail food dollar. On-farm processing and direct selling are ways to add product value. However, they come with both added cost and risk, costs asso[illegible] with extra capital, labour, packaging, and storage, transporting and advertising. Feasibility analysis and thorough business planning would help reduce the risk of failure in launching a new product or enterprise.

Value can also be added to the farming enterprise by growing and marketing completely new, higher-value products such as specialty vegetables or herbs. These new products are often grown under contract to a processor or marketed directly to a distributor. Some form of cleaning, trimming or processing is often required in order to supply these markets.

Processing ventures that begin on the farm sometimes grow beyond the capabilities of the on-farm facilities. This Factsheet discusses the business factors involved in growing a processing business beyond the farm gate.

BUILDING YOUR ON-FARM FOOD PROCESSING ENTERPRISE

Processing is any activity that changes the nature of a product from its original state. The act of washing and bunching may be considered a form of processing. Even simple procedures such as these can improve sales and make consumers willing to pay more for your products.

More complex processing involves manufacture of raw materials into a completely new product. These activities can range from small-scale processing in the home kitchen to large-scale processing in a new or renovated facility. In either case, certain rules must be observed and practices followed in order to gain access to the marketplace and to maximize returns from product sales.

Municipal Considerations

Any new business development may affect the agricultural status of the farm. It is important to consult with the municipality on a variety of issues around land use planning and development, including:

- official plans and zoning by-laws
- development charges
- site plan control
- site alteration
- environmental issues, such as well-head protection areas, storm water management and servicing
- road access and signage

Your municipal planning department and building official will know what plans, studies, permits, licences and fees the municipality requires prior to starting the new enterprise. Your new business may have to pay for processing applications and any studies needed to support a land use planning application or approval.

If a zoning change is required for the new enterprise, it will change the assessed value and tax rate of the original farm property or the added structure. If this is the case, give carefully thought as to where to locate your new enterprise.

FOOD PROCESSING REGULATIONS AND LICENCES

In addition to the federal *Food and Drugs Act*, there are three provincial statutes that address specifically the processing and handling of food products in Ontario.

1. *Ontario Health Protection and Promotion Act*, Regulation 562, Food Premises Regulation
2. *Ontario Food Safety and Quality Act*
3. *Ontario Farm Products Marketing Act*

These *Acts* and their Regulations can be downloaded at *www.e-laws.gov.on.ca/.*

The *Food and Drugs Act* sets federal standards for the production, labelling, promotion and selling of all food and pharmaceutical products made or sold in Canada. It is administered by Health Canada and the Canadian Food Inspection Agency.

Foods that are prepared and marketed nationally or internationally must be prepared in federally inspected facilities.

The *Food Premises Regulation* governs the approval and inspection of all food preparation or handling facilities. The Health Unit in each municipal area administers it.

The *Food Safety and Quality Act* provides for the quality and safety of all food commodities and agricultural inputs, the management of food safety risks and the control and regulation of certain food production activities. Updated policies and regulations are being prepared at this time.

The *Farm Products Marketing Act* provides for the establishment of marketing boards and the issuing of processing licences for controlled commodities.

Licence to Process Fruits and Vegetables

Processors of fruits and vegetables that are controlled by marketing boards require a licence to process from the Ontario Farm Products Marketing Commission (OFPMC). Fruits and vegetables requiring a licence are: grapes, peaches, pears, plums, cherries, asparagus, potatoes, tomatoes, peas, corn, green and wax beans, beets, cauliflower, cabbage, lima beans, peppers, cucumbers, squash, pumpkin and carrots.

A licence is required to process and offer for sale any of the above products. There are a few exceptions. For example, potatoes are exempted if they are processed in the processor's facilities and sold directly to the consumer (e.g. French fry trucks). Processors of cabbage do not need a licence to make cole slaw.

Direct questions regarding **processing licences for fruits and vegetables** to:

Ontario Farm Products Marketing Commission
5th Floor SW
1 Stone Rd. W.
Guelph, ON
N1G 4Y2
(519) 826-3395

Processor's Licence application forms are available on the OFPMC Web site located at *www.omaf.gov.on.ca.* Potential processors should contact the applicable marketing board to find out what regulations they have regarding growing and licensing fees that must be remitted to the Board, minimum prices that must be paid, etc. For marketing board contact information, refer to the Factsheet, *Agricultural Marketing Boards in Ontario*, available from the OFPMC Web site located at *www.omaf.gov.on.ca.*

Ingredients

Almost all processed foods contain more than one ingredient. These ingredients and their components must be listed on the product label, in descending order by weight, even if they are only water, salt and sugar.

Some ingredients may be allergens, or may contain allergens. A list of the most common allergens may be found on the Canadian Food Inspections Agency (CFIA) web site athttp://www.inspection.gc.ca

These must be named on the label, along with a warning statement such as "may contain peanut oil". This disclaimer is not to be considered a substitute for good food safety and quality control practices. (See Allergens on page 5 for more information.)

Meat

Meat must be slaughtered and processed in provincial or federal-licensed facilities. If the meat is sold inter-provincially or out of country, all facilities must be inspected federally. This may also be required if the meat is to be sold through chain stores or food distributors.

All food handling, preparation and selling premises are subject to inspection under the *Food Premises Regulation.* This is discussed below.

Pharmaceuticals, Functional Foods and Nutriceuticals

Pharmaceuticals are products of chemical, plant or animal origin that have medicinal implications for human and animal health or disease control. Medicinal herbs that have no significant nutritional value fall into this category.

Functional foods and nutriceuticals are products with **demonstrated** physiological benefits or reduced risk of chronic disease beyond their basic nutritional role. *Functional foods* are similar in appearance to conventional foods, while *nutriceuticals* are produced from foods but marketed in the form of pills, powders, potions, etc. All

three of these groups of products are regulated by Health Canada under the *Food and Drugs Act* and *Regulations*.

MANAGING PROCESSING WASTE

Food processing results in two types of waste products: product residue and water from processing. Both kinds of waste materials must be disposed of in an environmentally acceptable manner. If the processing enterprise is small or originates on the same farm property where it is processed, it may be possible to dispose of the food waste on farmland along with other farm wastes. However, all food processing waste must be considered industrial waste, and a **Certificate of Approval** (CofA) may be required from the Ministry of Environment (MOE) for its disposal.

Combined waste processing water and sewage volumes greater than 10,000 L must be treated in an approved sewage treatment facility, designed for the specific processing plant.

To obtain approvals for both types of processing waste, contact the MOE Regional Office in your area.

If the food processing operation requires the use of more than 50,000 L of water on any one day, a **Permit to Take Water** is required from MOE.

MARKETING

When changing from wholesale production of produce or commodities to adding value before sale, your primary focus changes from *producing the product* to *marketing the product,* as there is no ready market for the product. You will need new customers. They will need a reason to change to your product from the one they were buying previously. This may be the unique nature of your product or its quality or price.

Your goal will now be to *maximize profits* through processing, pricing and sales, rather than through volume production of wholesale goods. There are many books and publications covering the principles of good marketing.

The **marketing plan** is often the first part of the business plan developed. It involves three stages:

- market research
- product development
- marketing and sales

Market Research

Researching the market should result in six new pieces of information that you want to know:

- What product(s) are in demand?
- How big is the demand?
- What types of people are creating the demand?
- Is the trend increasing or decreasing?
- What competing products are in the marketplace?
- What is the price potential of the product?

Doing the research helps you determine what product(s) are likely to be successful in the marketplace and need to be developed. If done thoroughly, the research may indicate why the product is increasing in demand and whether it has potential to *increase profits.*

Market surveys, product testing surveys or consultation with a retailer or food service wholesaler are tools an entrepreneur can use to determine what products have profit potential. This is the beginning of the *feasibility analysis* process. It is the basis for developing a strategy for maximizing net profit by adding value to existing farm production.

Product Development

Once you have determined what product is likely to be successful, you can begin to develop the product. It may involve simply cutting and re-packaging the product, or more complex processing and packaging.

OMAF's Ontario *Food Processor's Reference Manual* (FPRM) contains information about product development and marketing. All new entrepreneurs in the food industry need this manual. It has a chapter on food processing regulations, concerns and contacts. It lists many acts and regulatory bodies dealing with all aspects of food processing, including food safety and quality.

There are several *product development facilities*, often called test kitchens, in Ontario. These facilities help develop new products, scale up recipes for larger batch sizes, develop labels and make market connections. The FPRM contains a list of product development facilities.

New processors usually do not have sufficiently large markets to support expensive production facilities. Using a **"co-packer"** is often an economically sound business practice. A co-packer manufactures and packages product to the owner's specifications. Product development facilities can often direct their clients to suitable co-packers.

The University of Guelph's **Guelph Food Technology Centre** (GFTC) offers product development services and food business development advice to entrepreneurs on a fee-for-service basis. GFTC also conducts one-day workshops in food quality, safety and manufacturing practices for new processors .

Guelph Food Technology Centre
88 McGilvray St.
Guelph, ON
NIG 2W1
Tel: (519) 821-1246
Fax: (519) 836-1281
Email: gftc@gftc.ca
Web site: www.gftc.ca

The GFTC publishes a *Small Business and Entrepreneur's Guide* for new food business entrepreneurs. It contains helpful information on product and small business development. Topics covered include development, scale-up and commercialization of your product formula. Also included is information on funding and financing programs, packaging, manufacturers and contacts.

OMAF Marketing Factsheets
Developing a Marketing Plan, Order No.95-079

Reaching Customers with Better Promotions,
Order No.95-075

Direct Farm Marketing
The term *direct marketing* is often used incorrectly in place of *direct selling.* Selling directly to a customer is only one part of the marketing process. Other marketing functions like product preparation, packaging and display, location and distribution, advertising and pricing are all marketing functions that are completed before the sale to a consumer takes place. They are designed to attract specific customers and bring them back for repeat sales.

Direct marketing is a form of *targeting.* In this process, the marketing effort is directed specifically at customers most likely to buy directly from the farm or processing facility. This practice eliminates the need for a distributor and reduces the necessity for, and cost of, wide area advertising.

Direct farm sales can take many forms:

- roadside stand
- contract to a processor or store
- freezer cuts or sides sales
- farmers market
- internet marketing site
- tourism enterprises (on-farm winery, tourist stops, entertainment farms, festivals, etc.

Contracting and New Generation Cooperatives
Farmers can add value to produce by agreeing to deliver a given quantity of produce to a buyer at a pre-determined price and time. Often this type of contract requires both a stated amount and a specific quality of product. This process gives the producer an opportunity to decide, before planting or breeding, whether the contract is beneficial and value will be added. The contract will not normally cover all of the produce that a farmer raises. This is done for the protection of the farmer, to cover situations in which lower than normal production is achieved.

A *New Generation Co-operative* (NGC) is one way in which a group of farmers can participate effectively in an on-farm processing venture. The NGC offers its producer-shareholders an opportunity to participate in the process and profits of value-adding activities. Shareholders are suppliers of raw material to the co-op. They benefit by sharing in the profits of the co-op. They also have representation on the board of directors of the co-op. Management of the co-op is normally provided by a processor or marketer. The board of directors is responsible for hiring the manager and setting policy.

Export Development
It is advisable to build a successful local and Canadian enterprise before trying to export. Added complexities involved in exporting include customs documentation and inspections, transportation licences, development of unfamiliar markets, new competition, and different currencies, pricing mechanisms, letters of credit and complicated inventory management.

The business manager needs to develop a strong working relationship with the foreign customer to ensure that goods are properly handled and received, and payment is made satisfactorily. A customs broker can be a valuable ally in preparing customs documentation and ensuring safe and accurate delivery.

Processors of *fruit and vegetables, maple products, honey, meat or eggs* for export out of Ontario or Canada must register their companies with the Canadian Food Inspection Agency.

OMAF Food Industry Market Development Branch conduct **P.R.O.F.I.T.** (Program to Raise Ontario Foods International Trade) Seminars in February and June. These seminars help new food exporters learn the basics of international marketing, especially to the United States. For information, call 519-826-4210 or e-mail: goexport@omaf.gov.on.ca.

PACKAGING AND LABELLING

Packaging is as varied as the products you may be selling and the marketplace into which you are selling. It includes both the package containing the specific consumer product and the case in which it is being shipped. The *Food Processor's Reference Manual* contains guidelines for packaging and labelling your products.

Packaging is done for three main reasons:

- to protect and preserve the product
- to make your product attractive to the customer
- to carry the label and make the product recognizable

Keeping these in mind, study the packages of similar products and observe customer reaction to them in the stores. Many grocery stores are moving quickly toward "shelf-ready" or "Home Meal Replacement" (HMR) products. Packaging specifications for HMR products may be established by the chain or store that is selling the products.

More information is available from:

Packaging Association of Canada
2255 Sheppard Ave. E., Suite E330
Toronto, Ontario M2J 4Y1
(416) 490-7860
E-mail: info@pac.ca
Website: www.pac.ca

The CFIA regulates food products labelling. All food products sold in packages must be labelled, except *fresh* fruits and vegetables packaged in a wrapper or confining band of less than one-half inch (12.5 mm). In general, labels must contain the following information:

- the common name of the product
- net weight or volume
- name and address of manufacturer or distributor (whoever is responsible)
- best-before date if shelf-life is 90 days or less
- storage instructions (if applicable)
- ingredient list in descending order by weight, with components
- nutritional information if the label claims nutritional benefits or if required by legislation where product is made or sold
- bilingual labels are required if the product is sold in any municipality where both official languages are spoken by more than ten percent of the population.

Allergens

Certain foods and their derivatives are known to cause allergic reactions, often severe or fatal, in some consumers. The label should contain a warning if any of these products is present, even in minute amounts. A list of the common allergens is found in the *Guide to Food Labelling and Advertising*. It can be downloaded from the CFIA web site: *www.inspection.gc.ca*

Terms and Descriptions

Terms such as "fresh", "organic" or "natural" must comply with the official description of the term. Complete information is found in the Guide.

Label claims for medical or nutritional implications may not be made on a food product. Health Canada is responsible for evaluating and enforcing the *Act* as it pertains to health claims and safety of novel food ingredients and drug or health products.

"Single Access" Food Labelling Service

CFIA operates a free label review service. Processors may send a mock-up of their label to CFIA for an evaluation of the content. This ensures that it conforms to the regulations and guidelines set out in the *Food and Drugs Act* and *Regulations* and the *Consumer Packaging and Labelling Act*. To access this service, contact:

Canadian Food Inspection Agency
401 Champagne Dr., Unit 1
Downsview, ON M3J 2C6
(416) 954-0623 OR 1-800-667-2657
E-mail: labelwindow@inspection.gc.ca

Universal Product Codes, and the guidelines for using them, is available from:

Electronic Commerce Council of Canada
885 Don Mills Rd., Suite 301
Toronto, ON M3C 1V9
1-800-567-7084
E-mail: info@eccc.org
Web site: www.eccc.org

FOOD SAFETY, INSPECTIONS AND QUALITY CONTROL

Quality control processes provide two benefits for the food processor:

- ensure that the product quality is consistent, and
- reduce the probability that a liability will be incurred through the release of an unsafe or harmful product.

Quality control certification may be required if a product is to be marketed through chain stores or food

distributors, food processors or directly to food service outlets.

Standard Quality Control Systems:

- *Good Management Practices (GMP)*: This is the basic set of safe manufacturing practices used by a food processor. These are written specifically for each manufacturing site and become the basis for all quality control systems.

- *Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP)*: An internationally recognized system that identifies the places where hazardous materials and infections can enter the processing system. Companies that are not registered federally may engage independent HACCP consultants to establish and monitor the system.

- *ISO 9000*: An intensive quality assurance program adapted in many areas of manufacturing, particularly most international food processing companies.

- *SQF 1000 and 2000*: Combine the principles of HACCP and ISO 9000, building on GMP, to provide a quality management program from farm to plate. SQF stresses both food safety and product quality. Web site: *www.gftc.ca*

- *Vendor-Specific Quality Program*: The marketing or processing company buying the product may require a specific quality assurance program. The buyer may accept one of the above programs or may impose his/her own quality standards and on-site inspection system.

The Guelph Food Technology Centre offers training in quality control and product safety processes. Visit *www.gftc.ca*. There are also private quality consultants. Visit the Web site for each system.

Food quality systems may be interdependent of each other, but may add on to other systems. For example, to implement ISO 9000 or SQF 1000, a food processor would be required to have HACCP already in place. HACCP, in turn, builds on GMP.

Small, on-farm processors can put in place the principles of these food safety systems in order to reduce the risks of loss and liability from product contamination.

Food Processing and Inspection Requirements

Any operation that changes the nature of a product, or freezes or packages it, is considered to be *processing*. The facilities in which these products are processed, handled or sold are called *food premises* and are governed by the *Health Protection and Promotion Act, Food Premises Regulation*. All food facilities must be inspected and approved by Ontario Ministry of Health. The local Health Unit, under the supervision of the Medical Officer of Health, carries out these inspections and certifications. This unit goes by different names in different regions, but it is usually found under Health in the Blue Pages of the telephone directory.

Retail food facilities are also subject to licensing and inspection by the local Health Unit. The only exception to this rule is food prepared or packaged for re-sale in a *private dwelling*. In this case, health authorities can be called upon to advise the entrepreneur as to safe food handling methods and equipment. If the resulting product is transported or sold in a different location, the means of transport and the selling location are considered food premises. The home-prepared food is subject to testing by local health authorities.

Provincial Inspection

All meat sold in Canada must be slaughtered and processed in federally or provincially inspected facilities. Meat used in meat products must also be processed in such facilities. Processes that add value to meat products must be carried out in inspected food premises. For information, contact:

Ontario Inspection Services
Ontario Ministry of Agriculture and Food
Food Inspection Branch
1 Stone Rd W.

Guelph, On N1G 4Y2	(519) 826-4230
Meat Plant Inspection:	(519) 826-4230
Dairy Plant Inspection:	(519) 826-4180
Horticulture Inspection:	(519) 826-4180

Federal Inspection

If the product will be shipped across provincial or federal boundaries, or will be marketed widely or through large chains, the processing must be done in federally inspected facilities under the supervision of the Canadian Food Inspection Agency (CFIA). CFIA is responsible for enforcement of the provisions of the *Food and Drugs Act* and *Regulations* as they relate to food processing and marketing. Guidelines for livestock, fish and meat processing and handling under federal jurisdiction can be found on the CFIA web site: *www.inspection.gc.ca*.

Canadian Food inspection Agency
www.inspection.gc.ca

Ontario Head Office
174 Stone Rd. W.
Guelph, ON N1G 4S9
519-837-9400

Manufactured Food Division
407 Champagne Dr., Unit 1
Toronto, ON M3J 2C6
1-800-667-2657

BUSINESS PLANNING

Adding an enterprise of any kind requires a full review of the existing business plan and development of an integrated business plan for the new enterprise. These plans take into account the size, nature and success of the existing business, as well as the effect that the new enterprise is likely to have on the income and lifestyle of the owner and his or her family.

There are many electronic and paper business planning formats available wherever business books are sold, and at financial institutions. Private business consultants will also create business plans on a fee for service basis. However, taking the personal time and effort to create a complete business plan will help the entrepreneur understand the nature and complexities of the new business venture

Preparing an effective business plan involves more than filling in the blanks on financial forms. The complete business plan is a guide to both the establishment and the operation of the new business venture. OMAF Factsheet *Preparing Business Plans* (listed below) is an excellent guide for writing an effective business plan.

OMAF publications may also be ordered at:

Government Information Centre
1 Stone Rd. W., Ground Floor
Guelph, ON N1G 4Y2
(519) 826-3700
1-800-466-2372
TTY (519) 826-7402
Fax (519) 826-3633
E-mail products@omaf.gov.on.ca
Web *www.omaf.gov.on.ca*

Business Planning Assistance

The Ontario Ministry of Municipal Affairs and Housing has Rural Business Consultants (RBC's) and Client Account Officers (CAO's) across southern Ontario who can help you get started on your business planning and provide information on local resources, advice and business conditions. To locate one in your area, call the OMAF Agricultural Information Contact Centre at 1-877-424-1300 or e-mail: ag.info@omaf.gov.on.ca and ask for the Rural Business Consultant serving your area.

Similar services are available in Northern Ontario. To access business planning assistance call the OMAF Northern Ontario Regional Office at 1-800-461-6132 and ask for your local Agriculture and Rural Representatives.

OMAF Business Publications

Evaluating the Feasibility of Business Opportunities, Order No. 95-023
Preparing Business Plans, Order No. 99-011
How To Form a Cooperative, Order No. 02-019
New Generation Cooperatives, Order No. 02-017
Ontario Food Processor's Reference Manual, Publication 795 ($27)

Other OMAF Publications and Resources

The Ontario Ministry of Agriculture and Food (OMAF) offers several publications and Factsheets to help a new marketer or food processor understand the complexities in developing a food processing or more direct marketing enterprise. Many of these are listed throughout this Factsheet. Factsheets are free of charge and can be downloaded from the OMAF Web site or ordered from the order desk. Ordering information and order forms for both "free" and "paid" publications are on the Web site *www.omaf.gov.on.ca*.

OMAF's Food Industry Competitiveness Branch has a Processing New Entrants Officer that helps new processors with site selection, retailer contacts, product suppliers and review of your business plan. A Food Retailing Officer is available to help you access information on retailing issues and procedures. Seven (7) sector-specific CAO's can help new processors with the logistics of establishing a food processing enterprise.

OMAF Food Industry Competitiveness Branch

Processing New Entrants Officer	(519) 826-3810
Food Retailing Officer	(519) 826-4449
Client Account Officers	(519) 826-4190

Ontario Ministry of Enterprise, Opportunity and Innovation (MEOI) Business Publications

MEOI publishes a series of self-help booklets to assist entrepreneurs in establishing or improving their enterprise or business.

- *Starting a Small Business in Ontario.* Price: $5.00. This publication contains a list of Business Self-Help Offices and Enterprise Centres across Ontario.
- *Record Keeping Made Easy.* Price: $23.00
- *Marketing for Small Business.* Price $7.00

104-03716/

Order MEOI publications from:

Publications Ontario, Mail Orders
50 Grosvenor St., Toronto, ON M7A 1N8
Phone 1-800-668-9938
Ordering information on-line:
www.gov.on.ca/MBS/english/publications

Canada-Ontario Business Service Centre

Canada-Ontario Business Service Centre (COBSC) is an on-line information service to inform small business owners about government programs, services, regulations and advice on starting and operating a business in Ontario. It lists government Factsheets on many aspects of small business development.

COBSC has access points in over 80 locations across Ontario. These are listed on the web site: www.cbsc.org/ontario. Telephone: 1-800-567-2345 or (416) 775-3456. E-mail: ontario@cbsc.ic.gc.ca.

Ontario Business Connects

The Ontario Ministry of Consumer and Business Services operates self-help workstations called Ontario Business Connects (OBC). These are located in public places across the province.

At an OBC workstation, new entrepreneurs can access electronic applications for:

- Business Name Search
- Business Name Registration
- Retail Sales Tax Vendor Permit
- Employer Health Tax
- Workplace Safety and Insurance Board

For locations, look in www.cbs.gov.on.ca. /obc/ and click on OBC Service Locations for your section of Ontario.

Starting a new value-added food enterprise can be a rewarding adventure. There are, however, many regulations and risks associated with starting and operating a successful food business. Entrepreneurs can protect themselves against these liabilities by conducting a thorough analysis of the business proposal and climate, and by preparing an accurate business plan.

Note:

The information in this Factsheet is a provincial overview, current as of the publication date. However, regulations and programs are subject to changes and municipal variation. To verify current and local requirements, always check with the responsible agencies before starting.

RECOMMENDED FURTHER READING

Canadian Farm Business Management Council, Ottawa. *Assessing Market Potential for Value-Added Products* ISBN 1-894148-62-2.

Canadian Farm Business Management Council
Suite 300, 880 Wellington Street
Ottawa, Ontario K1R 6K7
Toll-free telephone: 1-888-232-3262
Toll-free fax: 1-800-270-8301
E-mail: *council@cfbmc.com*
Web site: www.farmcentre.com

This Factsheet was written by **Bill Baxter,** Feasibility Analysis Program Lead, OMAF, Guelph.

Agricultural Information Contact Centre
1-877-424-1300
ag.info@omaf.gov.on.ca

www.omaf.gov.on.ca

POD
ISSN 1198-712X
Également disponible en français
(commande n° 03-058)

Ontario

012101003057

FICHE TECHNIQUE

GESTION DE L'ENTREPRISE

COMMANDE N° 03-058

SEPTEMBRE 2003

AGDEX 845

Ontario Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

DONNEZ DE LA VALEUR AJOUTÉE À VOS PRODUITS EN LES TRANSFORMANT À LA FERME

W.J. Baxter

QU'EST-CE QUE LA VALEUR AJOUTÉE?

De nombreux producteurs d'aliments veulent trouver des moyens d'accaparer une plus grosse part du prix au détail de leurs produits. La transformation des produits à la ferme et la vente directe sont pour eux des façons d'aller chercher de la valeur ajoutée. En contrepartie, ces opérations impliquent des coûts et des risques supplémentaires, les coûts étant associés aux nouveaux investissements, à la main-d'œuvre, au conditionnement et à l'entreposage, au transport et à la publicité. Une analyse de faisabilité et un plan d'entreprise approfondi contribuent cependant à réduire le risque d'échec du lancement d'un nouveau produit ou d'un nouvel atelier de production.

On peut également accroître la valeur de l'exploitation agricole en produisant et en mettant en marché des produits entièrement nouveaux, de valeur élevée, comme les légumes de spécialité ou des fines herbes. Ces nouveaux produits sont souvent cultivés aux termes d'un contrat passé avec un transformateur ou sont vendus directement à un distributeur. Les produits ainsi commercialisés doivent souvent subir une certaine forme de nettoyage, de parage ou de transformation.

Les ateliers de transformation qui voient le jour sur une ferme peuvent parfois se développer au point de dépasser les capacités des installations existantes de la ferme. La présente fiche technique traite des démarches à effectuer et des facteurs à considérer quand on crée, en aval de l'exploitation agricole, une entreprise de transformation.

LA CRÉATION D'UNE ENTREPRISE DE TRANSFORMATION D'ALIMENTS À LA FERME

On dit que l'on transforme un produit lorsqu'on lui applique un procédé ou un traitement qui en modifie l'état d'origine. Par exemple, le lavage et le bottelage d'un légume peuvent être considérés comme une forme de transformation. Même des procédés rudimentaires de ce type peuvent aider à augmenter les ventes du produit et à faire accepter par le consommateur un prix plus élevé.

Des traitements plus complexes impliquent la transformation de denrées brutes en un produit totalement nouveau. Ils peuvent être mis en œuvre à une échelle très variable, allant de la fabrication artisanale dans la cuisine familiale à la production en quantité « industrielle » dans une installation nouvelle ou rénovée. Mais quelle que soit l'échelle de production, il y a certaines règles à respecter et certaines pratiques à suivre pour pouvoir accéder au marché et tirer le meilleur rapport possible de la vente des produits.

Démarches auprès de la municipalité

La création d'une entreprise de transformation sur votre ferme est susceptible de se répercuter sur le statut agricole de cette dernière. Il est important que vous vous informiez auprès de la municipalité sur les diverses questions relatives aux plans d'occupation et d'aménagement des sols, notamment :

- les plans officiels et le règlement municipal de zonage
- les redevances de développement
- le contrôle des plans d'implantation
- l'aménagement du lieu d'implantation
- les questions environnementales, telles que les périmètres de protection autour des têtes de puits, les installations de gestion des eaux pluviales et leur entretien
- l'accès routier et la signalisation

Le responsable des plans d'aménagement du territoire et l'inspecteur des bâtiments de votre municipalité vous indiqueront quelles sortes de plans, d'études, de permis, d'autorisations et de redevances vous seront demandées par la municipalité avant que vous lanciez votre nouvelle entreprise. Vous aurez probablement à faire supporter par celle-ci les frais de dossiers et les coûts des études qui peuvent être exigées à l'appui de votre demande de modification du plan d'aménagement du territoire.

Si la création de l'atelier de transformation exige un changement de zonage, l'évaluation foncière et le taux

d'imposition foncier de votre exploitation d'origine ou de la structure ajoutée se trouveront également modifiés. Si tel est le cas, vous devrez réfléchir sérieusement au choix de l'emplacement de la nouvelle entreprise.

RÈGLEMENT SUR LA TRANSFORMATION DES ALIMENTS ET PERMIS EXIGÉS

Outre la *Loi sur les aliments et drogues*, qui est de compétence fédérale, trois lois provinciales régissent expressément la transformation et la manutention des produits alimentaires en Ontario.

1. La *Loi sur la protection et la promotion de la santé* et son règlement 562, *Food Premises Regulation* (règlement régissant les services d'alimentation, non disponible en français).

2. La *Loi sur la qualité et la salubrité des aliments de l'Ontario*

3. La *Loi sur la commercialisation des produits agricoles de l'Ontario.*

Ces lois et leurs règlements peuvent être téléchargés à partir du site à *www.e-laws.gov.on.ca/.*

La *Loi sur les aliments et drogues* fixe les normes fédérales s'appliquant à la production, à l'étiquetage, à la publicité et à la vente de tous les produits alimentaires et pharmaceutiques fabriqués ou vendus au Canada. Elle est administrée par Santé Canada et l'Agence canadienne d'inspection des aliments.

Les aliments qui sont destinés à la vente sur les marchés nationaux ou internationaux doivent être préparés ou conditionnés dans des établissements sous contrôle fédéral.

Le *Food Premises Regulation* régit l'agrément et l'inspection de tous les établissements où des produits alimentaires sont préparés ou manutentionnés. Il est administré par le bureau de santé publique de chaque région municipale.

La *Loi sur la qualité et la salubrité des aliments* énonce les dispositions visant la qualité et la salubrité de tous les aliments et intrants agricoles, la gestion du risque à l'égard de la salubrité des aliments et le contrôle et la réglementation de certaines activités de production alimentaire. Ces politiques et ces règlements sont en cours de révision.

La *Loi sur la commercialisation des produits agricoles* énonce les règles de mise sur pied des commissions de commercialisation et de délivrance des permis de transformateurs d'aliments aux établissements qui transforment des produits réglementés.

Permis de transformateur de fruits et légumes

Les transformateurs de fruits et de légumes réglementés par les commissions de commercialisation sont tenus d'obtenir un permis de transformateur délivré par la Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario (CCPAO). Les fruits et les légumes pour lesquels le permis est obligatoire sont les suivants : raisins, pêches, poires, prunes, cerises, asperges, pommes de terre, tomates, pois, maïs, haricots verts et haricots beurre, betteraves, choux-fleurs, choux pommés, haricots de Lima, poivrons, concombres, courges, potirons (citrouilles) et carottes.

Le permis de transformateur est obligatoire pour quiconque veut transformer et mettre en vente les produits ci-dessus, sauf dans quelques cas. Par exemple, le permis n'est pas exigé quand on transforme des pommes de terre en frites et qu'on les vend directement au consommateur dans une friterie installée sur le lieu de production. Il n'est pas obligatoire d'avoir un permis pour transformer du chou en salade de chou haché.

Les questions concernant directement les **permis de transformateur de fruits et légumes** doivent être adressées à :

Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario
5e étage SO
1, chemin Stone Ouest
Guelph (Ontario)
N1G 4Y2
519 826-3395

On peut se procurer le formulaire de demande de permis de transformateur en se rendant au site Web de la CCPAO à *www.omaf.gov.on.ca.* Les producteurs qui envisagent de transformer leurs produits doivent s'adresser à la commission de commercialisation compétente pour savoir quels règlements celle-ci applique en matière de droits de production et de permis, de prix minimums, etc. Pour plus d'information à ce sujet, consultez la fiche technique du MAAO intitulée *Les commissions ontariennes de commercialisation des produits agricoles*, commande n° 93-052, disponible sur le site Web de la CCPAO à l'adresse *www.omaf.gov.on.ca.*

Ingrédients

La plupart des produits transformés contiennent plus qu'un ingrédient. La loi oblige à mentionner sur l'étiquette de chaque produit les ingrédients qu'ils contiennent et les éléments constitutifs de ceux-ci, par ordre décroissant de poids, même s'il ne s'agit que d'eau, de sel et de sucre.

Certains ingrédients peuvent être des allergènes ou contenir des allergènes. On trouvera la liste des allergènes les plus courants sur le site Web de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) à www.inspection.gc.ca.

L'étiquette de tout produit contenant un allergène figurant sur la liste de l'ACIA doit signaler la présence de cet allergène à l'aide d'une mention telle que : « peut contenir de l'huile d'arachide ». Toutefois, le fait pour un transformateur de mettre une mise en garde de ce genre ne le soustrait pas à l'obligation d'appliquer les bonnes pratiques nécessaires pour assurer la salubrité et la qualité du produit. (Voir le paragraphe intitulé *Allergènes*, page 6, pour un complément d'information).

Viande

L'abattage des animaux et la transformation des carcasses sont autorisés uniquement dans des établissements qui sont sous contrôle provincial ou fédéral. Tous les établissements qui produisent de la viande destinée à la vente dans une autre province ou à l'étranger doivent être contrôlés par des inspecteurs fédéraux. Cette exigence peut également s'appliquer aux établissements qui transforment de la viande destinée à des chaînes de magasins ou à des centrales d'achat.

Tous les locaux où ont lieu des activités de manutention, de préparation et de vente d'aliments sont soumis à des inspections en vertu du *Food Premises Regulation*. Cette exigence sera traitée plus en détail plus bas.

Produits pharmaceutiques, nutraceutiques et aliments fonctionnels

Les *produits pharmaceutiques* sont des produits d'origine chimique, végétale ou animale utilisés en médecine humaine ou vétérinaire pour soigner ou prévenir les maladies. Font également partie de cette catégorie de produits les herbes à propriétés médicinales qui n'ont pas véritablement de rôle nutritionnel.

Les aliments fonctionnels et les nutraceutiques sont des produits qui, en plus de leur rôle nutritionnel fondamental, ont la propriété **confirmée** de procurer des bienfaits physiologiques ou de réduire le risque de maladie chronique. Les *aliments fonctionnels* se présentent sous la même forme que les aliments traditionnels, alors que les nutraceutiques sont des extraits d'aliments qui sont vendus en comprimés, en poudres, en potions, etc. Les trois groupes de produits ci-dessus sont régis par Santé Canada en vertu de la *Loi sur les aliments et drogues* et de son règlement.

GESTION DES DÉCHETS DE LA TRANSFORMATION

La transformation des aliments entraîne la production de deux types de déchets, les résidus de produits et l'eau qui a été utilisée au cours de la transformation. Ces deux types de déchets doivent être éliminés d'une manière qui ne nuit pas à l'environnement. Si l'atelier de transformation est de taille modeste ou situé sur la ferme fournissant les denrées primaires, les déchets alimentaires peuvent dans certains cas être épandus sur les terres agricoles avec les autres déchets de la ferme. Cependant, tous les déchets de transformation d'aliments doivent être considérés comme des déchets industriels et leur élimination peut être subordonnée à l'obtention d'un **certificat d'approbation** du ministère de l'Environnement de l'Ontario (MEO).

Lorsque leur volume cumulatif dépasse 10 000 litres, les eaux usées et l'eau ayant servi aux opérations de transformation doivent être traitées dans une installation agréée de traitement des eaux usées, spécialement conçue pour l'établissement de transformation alimentaire.

Pour obtenir le certificat d'approbation du MEO concernant l'élimination des eaux usées et des résidus de la transformation, communiquez avec le bureau du MEO de votre région.

Si le volume d'eau requis en une journée donnée de l'année par l'entreprise de transformation dépasse les 50 000 litres, il est obligatoire de demander au MEO un **permis de prélèvement d'eau**.

MISE EN MARCHÉ

Quand vous décidez de ne pas uniquement produire des produits frais ou des denrées primaires et de passer à la vente de produits auxquels vous avez ajouté de la valeur, votre préoccupation première n'est plus tant de *produire le produit* que de le *commercialiser*, car il n'existe pas d'emblée de marché prêt à recevoir votre produit. Vous devrez trouver de nouveaux clients. Vous devrez leur fournir une bonne raison d'abandonner le produit qu'ils achètent actuellement en faveur du vôtre. Cette raison, ce peut être la singularité de votre produit, sa qualité ou son prix.

Votre but cesse d'être la production maximale de produits que vous cédez à des grossistes et devient la *maximisation du bénéfice* grâce à la transformation, aux prix et aux méthodes de vente. De nombreux livres et

publications traitent des principes d'une bonne commercialisation.

Le **plan de commercialisation** est souvent le premier volet du plan d'entreprise que l'on élabore. Il comprend trois étapes :

- l'étude de marché
- le développement du produit
- la mise en marché et la commercialisation

Étude de marché

L'étude de marché est censée vous livrer les six nouveaux éléments d'information que vous recherchez :

- Quels produits sont demandés sur le marché?
- De quelle importance est cette demande?
- Quels sont les segments de la population qui créent la demande?
- La tendance est-elle à la hausse ou à la baisse?
- Quels sont les produits concurrents que l'on trouve sur le marché?
- Quel est le potentiel de prix du produit?

L'étude de marché vous aidera à déterminer les produits qui ont le plus de chances de percer sur le marché et que vous devrez développer. Une étude approfondie peut également vous apprendre pourquoi le produit voit sa demande augmenter et vous indiquer s'il a le potentiel d'*accroître votre bénéfice.*

Les enquêtes de marché, les essais de produits, les marchés-tests et la consultation d'un détaillant ou d'un grossiste en services alimentaires sont les outils que vous pouvez utiliser pour déterminer quels produits ont un potentiel de profit. Ils sont les premiers éléments du processus de l'*analyse de faisabilité.* Ils fournissent la base sur laquelle s'élaborera la stratégie visant à maximiser le bénéfice net en ajoutant de la valeur aux produits existants de votre ferme.

Développement du produit

Une fois que vous avez déterminé quel produit a des chances de réussir sur le marché, vous pouvez passer au stade du « développement » de produit. Il peut s'agir d'un simple découpage et ré-emballage du produit, ou au contraire de traitements et de conditionnements élaborés.

Le manuel du MAAO intitulé *Ontario Food Processor's Reference Manual* (*FPRM*) est une mine de renseignements sur le développement et la mise en marché des produits. C'est une ressource incontournable pour tous les nouveaux venus dans l'industrie de la transformation alimentaire. Un chapitre y est consacré aux enjeux de l'industrie, aux règlements et aux adresses utiles. On y trouve aussi la liste des nombreuses lois et agences de réglementation qui encadrent tous les aspects de la transformation des aliments, notamment la qualité et la salubrité des aliments.

Il existe en Ontario plusieurs *centres de développement de produits*, encore appelés cuisines d'essais, où l'on trouve de l'aide pour mettre au point de nouveaux produits, adapter des recettes à la préparation en quantité industrielle, composer les étiquettes et nouer des contacts avec des professionnels du marché. Le manuel FPRM mentionné ci-dessus donne la liste des installations où l'on peut développer des produits.

Les débutants dans le secteur de la transformation n'ont habituellement pas un assez grand marché pour pouvoir investir dans de grosses installations de production. Une solution plus rentable consiste pour eux à s'entendre contractuellement avec un « **co-transformateur/emballeur** » qui préparera et emballera leur produit selon leur cahier des charges. Les centres de développement de produits peuvent souvent orienter leurs clients vers des entreprises qui sont à même d'accepter de transformer leurs produits à contrat.

Le Centre de technologie alimentaire de Guelph (CTAG) de l'Université de Guelph offre aux entrepreneurs, à titre onéreux, des services de développement de produits et des conseils en développement des entreprises alimentaires. Le Centre organise aussi à l'intention des nouveaux transformateurs des ateliers d'une journée sur la qualité des produits, la salubrité et les pratiques de fabrication.

Centre de technologie alimentaire de Guelph
88, rue McGilvray
Guelph (Ontario)
NIG 2W1
Tél. : 519 821-1246
Téléc. : 519 836-1281
Courriel : gftc@gftc.ca
Site Web : www.gftc.ca

Le CTAG publie un guide intitulé *Small Business and Entrepreneur's Guide* qui s'adresse aux nouveaux entrepreneurs de l'industrie alimentaire. Ce guide contient des renseignements utiles sur le développement de produits et la mise sur pied d'une petite entreprise. Il traite de sujets comme le développement de la formule du produit, sa production à grande échelle et sa commercialisation. On

y trouve aussi des renseignements sur les programmes d'aide financière et de financement, l'emballage, les fabricants et les organismes-ressources.

Fiches techniques du MAAO sur la mise en marché

Élaboration d'un plan de commercialisation, commande n° 95-080

Cibler la clientèle avec de meilleures activités promotionnelles, commande n° 95-076

Mise en marché directe depuis la ferme

Le terme *mise en marché directe* est souvent utilisé à tort au lieu de *vente directe.* La vente d'un produit directement au consommateur n'est qu'un aspect du processus de mise en marché. Ce dernier implique plusieurs autres opérations, comme la préparation, l'emballage et l'étalage des produits, l'implantation du ou des points de vente, la distribution, la publicité et l'établissement des prix, qui toutes doivent avoir lieu avant que le produit n'atteigne le consommateur. Ces opérations ont pour objet de rendre le produit attrayant aux yeux de consommateurs ciblés et d'inciter ceux-ci à continuer de l'acheter.

La mise en marché directe est une forme de *commercialisation ciblée.* Elle consiste à concentrer l'effort de commercialisation sur les clients qui sont les plus susceptibles de venir acheter le produit à la ferme ou à l'atelier de transformation. Elle permet d'éliminer les services d'un distributeur et de réduire le besoin de faire de la publicité dans un large rayon, et donc le coût.

La vente directe à la ferme prend de nombreuses formes :

- la vente sur un éventaire routier
- le contrat passé avec un transformateur ou un magasin
- la vente de demi-carcasses et de pièces de viandes pour la congélation
- le marché de producteurs
- un site de vente sur Internet
- des activités touristiques (vinerie à la ferme, haltes touristiques, fermes de loisirs, festivals, etc.

Production à contrat et coopératives de nouvelle génération

Les agriculteurs peuvent ajouter de la valeur à leurs produits en passant avec un acheteur un contrat dans lequel ils s'engagent à livrer à une date et à un prix convenus une quantité donnée de produits. Souvent ce type de contrat stipule à la fois une quantité donnée et une qualité précise de produit. Il donne au producteur la possibilité de décider, avant de planter ou d'élever, si le contrat en vaut la peine et peut dégager une valeur ajoutée. Le contrat ne porte pas normalement sur la totalité de la production de la ferme, ceci dans le but de protéger l'agriculteur au cas où sa production serait inférieure à la normale.

La *coopérative de nouvelle génération (CNG)* est une formule qui permet à un groupe d'agriculteurs de prendre une part effective dans l'exploitation d'une entreprise de transformation de produits fermiers. La CNG offre à ses producteurs-sociétaires la possibilité de participer à la mise en œuvre et aux bénéfices des activités génératrices de valeur ajoutée. Ce sont les producteurs qui assurent l'approvisionnement de la coopérative en matières premières et qui partagent les bénéfices que celle-ci dégage. Les producteurs sont également représentés au conseil d'administration de la coopérative. La direction de la coopérative est normalement assumée par un transformateur ou un négociant. Le conseil d'administration est chargé d'engager le directeur et d'arrêter les politiques.

Expansion des exportations

Il est fortement conseillé d'assurer la réussite d'une nouvelle entreprise sur le marché canadien avant de s'attaquer à l'exportation. La vente à l'étranger suppose de nombreuses complications, notamment les documents et les inspections des douanes, les permis de transport, la prospection de marchés inconnus, les différences de monnaie, les mécanismes de prix, les lettres de crédit et une gestion d'inventaire compliquée.

Le chef d'entreprise doit développer une solide relation de travail avec le client étranger pour s'assurer que les marchandises sont manutentionnées et réceptionnées comme il se doit et que le paiement est acquitté dans les conditions prévues. Les services d'un courtier en douane peuvent être inestimables quand il s'agit de veiller à ce que les documents douaniers soient en règle et à ce que les produits arrivent à destination en bon état.

Les transformateurs de *fruits et de légumes, de produits d'érable, de miel, de viande ou d'œufs* destinés à l'exportation doivent enregistrer leur entreprise auprès de l'Agence canadienne d'inspection des aliments.

Dans le cadre du programme P.R.O.F.I.T. (Program to Raise Ontario Foods International Trade), la Direction du développement des marchés de l'industrie alimentaire du MAAO organise des séminaires en février et en juin. Ces séminaires aident les nouveaux exportateurs à s'initier aux règles fondamentales du commerce avec les pays étrangers, en particulier les États-Unis. Pour de plus amples renseignements sur les séminaires, appeler le 519 826-4210 ou envoyer un courriel à goexport@omaf.gov.on.ca

EMBALLAGE ET ÉTIQUETAGE

Il y a autant de modes d'*emballage* que de produits que l'on peut vendre et de marchés que l'on veut conquérir.

L'emballage comprend d'une part le paquet dans lequel le produit se présentera au consommateur et, d'autre part, la caisse ou le carton dans lequel le produit est transporté. The *Food Processor's Reference Manual* énumère les lignes directrices concernant l'emballage et l'étiquetage des produits.

L'emballage remplit une triple fonction :

- protéger et préserver le produit
- rendre le produit attrayant aux yeux des consommateurs
- être le support de l'étiquette et rendre le produit reconnaissable

En gardant cela à l'esprit, vous pouvez étudier la façon dont des produits comparables aux vôtres sont conditionnés et observer la réaction des clients à ces produits dans les magasins. De nombreux magasins d'alimentation se tournent avec engouement vers les repas tout préparés ou « substituts de repas maison » (SRM). Les exigences en matière d'emballage ou conditionnement de SMR peuvent être déterminées par la chaîne ou le magasin qui les vend.

On pourra trouver une information plus complète sur les questions d'emballage en s'adressant à :

Association canadienne de l'emballage
2255, avenue Sheppard E., bureau E330
Toronto (Ontario) M2J 4Y1
416 490-7860
Courriel : info@pac.ca
Site Web : www.pac.ca

L'étiquetage des produits alimentaires est réglementé par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Il est obligatoire d'étiqueter tous les produits alimentaires qui sont vendus sous emballage, sauf les fruits et les légumes *frais* qui sont vendus sous un film plastique ou bottelés à l'aide d'un ruban de moins d'un demi-pouce de large (1,25 cm). En général, les étiquettes doivent contenir les renseignements suivants :

- le nom usuel du produit
- le poids net ou le volume
- le nom et l'adresse du fabricant ou du distributeur (celui qui est responsable du produit)
- la date « meilleur avant » si la durée de conservation du produit est de 90 jours ou moins
- les consignes d'entreposage (le cas échéant)
- la liste des ingrédients dans l'ordre décroissant de leur poids, ainsi que de leurs constituants respectifs
- l'information nutritionnelle, lorsque l'étiquette porte des allégations sur des qualités nutritionnelles particulières, ou lorsque la législation du lieu où le produit est fabriqué ou vendu l'exige
- des étiquettes bilingues sont exigées pour tout produit vendu dans une municipalité où l'une des deux langues officielles est parlée par plus de 10 % de la population.

Allergènes
Certains aliments et leurs dérivés sont connus pour provoquer des réactions allergiques souvent graves ou mortelles chez certains consommateurs. Il est obligatoire d'inscrire sur l'étiquette d'un produit qui contient un de ces ingrédients allergéniques, même en infimes quantités, une mise en garde à cet effet. Une liste des allergènes communs se trouve dans le *Guide d'étiquetage et de publicité sur les aliments* qui peut être téléchargé à partir du site Web de l'ACIA à : *www.inspection.gc.ca.*

Termes et descriptions
Les termes tels que « frais », « biologique » ou « naturel » doivent être conformes à la définition officielle de ces termes. Le guide mentionné ci-dessus fournit une information complète à ce sujet.

Il est interdit d'inscrire sur l'étiquette d'un produit alimentaire des allégations concernant des propriétés médicinales ou nutritionnelles. Santé Canada est chargé d'évaluer les allégations sur l'innocuité ou les bienfaits pour la santé qui sont faites au sujet des ingrédients alimentaires nouveaux issus de la biotechnologie, des médicaments ou des produits de santé et d'appliquer les dispositions de la Loi qui s'y rapportent.

Service d'examen des étiquettes d'aliments à « guichet unique »
L'ACIA administre un service gratuit d'examen des étiquettes. Les transformateurs peuvent envoyer à l'ACIA une maquette de leur étiquette pour en faire évaluer le contenu. Ils peuvent ainsi s'assurer que leur étiquette est conforme aux dispositions et aux lignes directrices énoncées dans la *Loi sur les aliments et drogues* et son règlement et dans la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation.* Pour accéder à ce service, il faut communiquer avec :

Agence canadienne d'inspection des aliments
401, promenade Champagne, pavillon 1
Downsview (Ontario) M3J 2C6
416 954-0623 OU 1 800 667-2657
Courriel : labelwindow@inspection.gc.ca

On peut se procurer le *code universel des produits* et les modalités régissant son utilisation auprès du :

Conseil canadien du commerce électronique
885, chemin Don Mills, bureau 301
Toronto (Ontario) M3C 1V9
1 800 567-7084
Courriel : info@eccc.org
Site Web : www.eccc.org

SALUBRITÉ DES ALIMENTS, INSPECTIONS ET CONTRÔLE DE LA QUALITÉ

Les processus de contrôle de la qualité procurent deux avantages au transformateur d'aliments :

- ils assurent la constance de la qualité du produit;
- ils réduisent le risque pour le transformateur de mettre sur le marché un produit insalubre ou dangereux et d'engager sa responsabilité.

La certification des processus de contrôle de la qualité peut être requise dans le cas d'un produit qui est destiné à être commercialisé par des chaînes de magasins ou des distributeurs d'aliments, vendu à des transformateurs d'aliments ou livré directement à des établissements de services alimentaires.

Systèmes normalisés de contrôle de la qualité :

- *Bonnes pratiques de fabrication (BPF)* : Ce système est la série fondamentale de pratiques de fabrication sécuritaires auxquelles le transformateur d'aliments est tenu de se conformer. Chaque établissement de transformation ou de fabrication d'aliments doit déterminer ses propres BPF et les consigner par écrit. Il doit baser tous ses systèmes de contrôle de la qualité sur ce système BPF.

- *Hazard Analysis-Critical Control Points* (*HACCP*, analyse des risques et maîtrise des points critiques) : Ce système reconnu dans le monde entier détermine et contrôle les stades de la transformation des aliments où ceux-ci peuvent être contaminés par des matières dangereuses et des agents responsables d'infection. Les entreprises qui ne sont pas sous contrôle fédéral peuvent engager des consultants HACCP indépendants pour établir leur système HACCP et le contrôler.

- *ISO 9000* : Il s'agit d'un programme intensif d'assurance de la qualité qui a été adapté dans de nombreux domaines de fabrication, en particulier dans la plupart des entreprises alimentaires internationales.

- *SQF 1000 et 2000* : Ce programme se fonde sur les BPF et combine les principes du HACCP et de l'ISO 9000 pour constituer un programme de gestion de la qualité s'appliquant tout au long de la chaîne de production (de la « fourche à la fourchette »). Le SQF insiste sur la salubrité et sur la qualité du produit. Site Web : *www.gfic.ca.*

- *Programme d'assurance de la qualité exigé par l'acheteur :* Le négociant ou le transformateur qui achète un produit peut exiger du producteur qu'il applique un programme d'assurance de la qualité spécifique. L'acheteur peut accepter un des programmes cités ci-dessus ou peut imposer ses propres normes de qualité et exercer son propre système d'inspection sur place.

Le Centre de technologie alimentaire de Guelph offre une formation en matière de contrôles de la qualité et de la salubrité des produits. On peut en savoir plus sur cette formation en visitant le site *www.gfic.ca.* Il est également possible de faire appel à des consultants privés spécialistes des questions de qualité. Pour en savoir plus, visitez le site Web de chaque système.

Les systèmes d'assurance de la qualité des aliments peuvent s'appliquer de façon indépendante, mais ils peuvent aussi s'ajouter à d'autres systèmes. Par exemple, le transformateur d'aliments qui veut appliquer les systèmes ISO 9000 ou SQF 1000 doit au préalable mettre en place un système HACCP. Le HACCP, quant à lui, doit s'appuyer sur les BPF.

Les petites entreprises de transformation à la ferme peuvent adopter les principes de ces systèmes de salubrité des aliments pour réduire les risques de contamination des produits et, partant, leurs pertes et leur responsabilité.

La transformation des aliments et les exigences en matière d'inspection

Toute manipulation d'un produit qui a pour résultat de modifier sa nature, de le congeler ou de l'emballer est considérée comme une *transformation* ou un *traitement*. Le *Food Premises Regulation*, un règlement pris en application de la *Loi sur la protection et la promotion de la santé*, régit les établissements et lieux (désignés sous le terme général de *dépôt d'aliments*) où des produits sont fabriqués, traités, manutentionnés ou vendus. Tous les *dépôts d'aliments* doivent être inspectés et agréés par le ministère de la Santé de l'Ontario. Tous les établissements de services alimentaires doivent être inspectés et approuvés par le bureau de santé publique de leur localité respective, sous la supervision du médecin-hygiéniste. Les bureaux de santé publique portent des noms différents selon les régions de la province, mais on peut généralement trouver leur adresse dans les pages bleues de l'annuaire téléphonique.

Les points de vente d'aliments au détail sont eux aussi l'objet d'inspections de la part du bureau de santé publique dont ils relèvent et doivent obtenir de celui-ci un permis. La seule exception à cette règle concerne les aliments qui sont préparés ou emballés dans une *résidence privée* en vue de la vente. Dans ce cas, les autorités sanitaires peuvent être appelées à intervenir auprès de l'entrepreneur pour l'informer sur les méthodes et le matériel à utiliser pour assurer l'hygiène des aliments. Par contre, si le produit préparé ou emballé dans une résidence privée est transporté ou vendu dans un autre lieu, le moyen de transport et le lieu de vente sont considérés comme des dépôts d'aliments. Les aliments préparés dans une résidence privée font l'objet d'analyses demandées par les autorités sanitaires locales.

Inspection par les autorités provinciales

Toute la viande vendue au Canada doit provenir d'animaux abattus et transformés dans des installations inspectées par les autorités fédérales ou provinciales. La viande qui entre dans la composition de produits de viande doit également provenir de ce type d'établissements. Les traitements qui ajoutent de la valeur aux produits de viande doivent être mis en œuvre dans des établissements alimentaires inspectés. Pour en savoir plus sur ce sujet, communiquez avec :

Services d'inspection de l'Ontario
Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation
Direction de l'inspection des aliments
1, chemin Stone Ouest
Guelph (Ontario) N1G 4Y2 519 826-4230
Inspection des usines de viande 519 826-4230
Inspection des usines laitières 519 826-4180
Inspection des usines transformant des fruits et légumes 519 826-4180

Inspection par les autorités fédérales

Les produits qui sont destinés à être vendus en dehors de la province ou du pays, écoulés sur un large territoire ou distribués par de grandes chaînes de magasins doivent être fabriqués ou transformés dans des établissements inspectés par les autorités fédérales sous la supervision de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Cette dernière est chargée d'appliquer les dispositions de la *Loi et du règlement sur les aliments et drogues* qui portent sur la transformation et la vente des aliments. Sur le site Web de l'ACIA (*www.inspection.gc.ca*) on peut consulter les lignes directrices relatives à la transformation et à la manutention des animaux d'élevage, des poissons et de la viande dans des établissements qui relèvent de la compétence fédérale.

Agence canadienne d'inspection des aliments
www.inspection.gc.ca

Bureau principal en Ontario
174, chemin Stone Ouest
Guelph (Ontario) N1G 4S9
519 837-9400

Division des aliments fabriqués
407, promenade Champagne, pavillon 1
Toronto (Ontario) M3J 2C6
1 800 667-2657

PLAN D'ENTREPRISE

L'adjonction à l'exploitation agricole d'une nouvelle entreprise, de quelque nature que ce soit, oblige à réviser de fond en comble le plan d'exploitation existant et à préparer un plan d'entreprise intégrant la nouvelle entreprise. Ces plans doivent tenir compte de la taille, de la nature et du succès de l'entreprise existante, ainsi que de l'effet que la nouvelle entreprise est susceptible d'avoir sur le revenu et le mode de vie du propriétaire et de sa famille.

On peut se procurer, dans les institutions financières ou dans les librairies vendant des publications d'affaires, de nombreux formulaires de plan d'entreprise sur support papier ou électronique. On peut aussi demander à un consultant privé spécialiste de la gestion d'entreprise d'élaborer le plan d'entreprise, moyennant des honoraires. Toutefois, on comprend mieux la nature et les complexités de la nouvelle entreprise quand on prend le temps et la peine de dresser soi-même un plan d'entreprise exhaustif.

La préparation d'un plan d'entreprise efficace ne se réduit pas à inscrire des données dans des cases de formulaires financiers. La préparation d'un plan d'entreprise exhaustif est une occasion de se préparer à la création et à l'exploitation de la nouvelle entité d'affaires. La fiche technique du MAAO intitulée *Établissement de plans d'exploitation* (voir la liste ci-dessous) constitue un excellent guide de rédaction d'un plan d'entreprise efficace.

Publications du MAAO ayant trait à la création et à la gestion d'une entreprise

Comment étudier la faisabilité d'un projet d'entreprise, commande n° 95-024
Établissement de plans d'exploitation, commande n° 99-012
Comment créer une coopérative, commande n° 02-020
Coopératives de nouvelle génération, commande n° 02-018
Ontario Food Processor's Reference Manual, Publication 795 (27,00 $)

Autres publications et ressources du MAAO

Le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation de l'Ontario (MAAO) offre plusieurs publications et fiches techniques pour aider les nouveaux venus dans le domaine de la transformation ou de la vente des aliments à comprendre les complexités de la création d'une entreprise de transformation ou de vente directe des aliments. La plupart de ces ressources sont référencées dans la présente fiche technique. Les fiches techniques sont distribuées gratuitement et peuvent être téléchargées depuis le site Web du MAAO ou commandées au guichet des commandes par correspondance. Les renseignements concernant la commande des publications tant gratuites que payantes se trouvent également sur ce site Web à l'adresse *www.omaf.gov.on.ca.*

On peut commander les publications du MAAO à :

Centre d'information du gouvernement
1, chemin Stone Ouest, Rez-de-chaussée
Guelph (ONT.) N1G 4Y2
519 826-3700
1 800 466-2372
ATS 519 826-7402
Téléc. 519 826-3633
Courriel products@omaf.gov.on.ca
Site Web *www.omaf.gov.on.ca*

Aide à la préparation des plans d'entreprise

Le ministère des Affaires municipales et du Logement de l'Ontario a créé, dans le sud de l'Ontario, des postes de conseillers des entreprises rurales (CER) et d'agents chargés des dossiers clients (ADC). Ces agents peuvent vous mettre le pied à l'étrier pour ce qui est d'élaborer le plan d'entreprise et ils peuvent vous renseigner et vous conseiller sur les ressources et le climat des affaires dans votre région. Vous pouvez appeler le Centre d'information agricole du MAAO au 1 877 424-1300 ou envoyer un courriel à ag.info@omaf.gov.on.ca pour demander les coordonnées du conseiller des entreprises rurales qui dessert votre région.

Les mêmes services sont disponibles dans le Nord de l'Ontario. Pour obtenir de l'aide à la préparation des plans d'entreprise, appelez le bureau régional du MAAO du Nord de l'Ontario au 1 800 461-6132 et demandez la liste des agronomes ruralistes de la région qui vous intéresse.

Au sein de la Direction de l'amélioration de la compétitivité de l'industrie alimentaire, un agent chargé des dossiers clients (ADC) – Secteur des nouvelles entreprises – a pour mission d'aider les débutants à choisir le lieu d'implantation de leur entreprise, à nouer des contacts avec des détaillants et des fournisseurs de produits et à examiner leur plan d'entreprise. Vous pouvez aussi demander à un ADC spécialisé dans le secteur de la vente des aliments au détail de vous aider à trouver l'information sur les questions et les exigences propres à ce secteur. Sept ADC, spécialisés dans divers secteurs, peuvent guider les nouveaux transformateurs à travers les démarches logistiques impliquées par la création d'une entreprise de transformation d'aliments.

Direction de l'amélioration de la compétitivité de l'industrie alimentaire du MAAO

Agent chargé des dossiers clients – Secteur des nouvelles entreprises	519 826-3810
Agent spécialiste du secteur de la vente d'aliments au détail	519 826-4449
Agents chargés des dossiers clients (ADC)	519 826-4190

Publications du ministère de l'Entreprise, des Débouchés et de l'Innovation (MEDI) ayant trait à la création et a la gestion d'une entreprise

Le MEDI publie une série de fascicules destinés à guider les entrepreneurs dans les étapes de mise sur pied ou d'amélioration d'une entreprise ou d'un commerce.

- *Fondation d'une petite entreprise en Ontario.* Prix : 5,00 $. Contient la liste des centres d'aide aux nouvelles entreprises et des centres d'encadrement des petits entrepreneurs, situés dans les diverses régions de l'Ontario.
- *La tenue des registres à la portée de tous.* Prix : 23,00 $
- *La petite entreprise et le marketing.* Prix : 7,00 $

Pour commander les publications du MEDI, s'adresser à :

Publications Ontario
Commandes par correspondance
50, rue Grosvenor, Toronto (ONT.) M7A 1N8
Téléphone : 1 800 668-9938
Information sur le commandes en ligne :
www.gov.on.ca/MBS/french/publications

Centre de services aux entreprises Canada-Ontario

Le Centre de services aux entreprises Canada-Ontario (CSECO) est un service d'information en ligne où les exploitants de petites entreprises peuvent obtenir des conseils sur la création et l'exploitation d'une entreprise en Ontario, ainsi que de l'information sur les règlements, programmes et services gouvernementaux qui s'y rapportent. Le CSECO donne aussi la liste des fiches techniques publiées par le gouvernement sur les multiples aspects du développement des petites entreprises.

Le CSECO a installé des points d'accès dans plus de 80 localités de l'Ontario. On peut en obtenir la liste au site *www.cbsc.org/ontario*. Téléphone : 1 800 567-2345 ou 416 775-3456. Courriel : ontario@cbsc.ic.gc.ca.

Entreprises branchées de l'Ontario (EBO)

Le ministère des Services aux consommateurs et aux entreprises a installé à de nombreux endroits de la province, dans des lieux publics, des terminaux d'aide spéciaisés qui offrent les services des EBO (« Entreprises branchées de l'Ontario »).

À partir d'un terminal d'aide des EBO, les nouveaux entrepreneurs peuvent effectuer des demandes et des démarches par voie électronique :

- Recherche d'un nom commercial
- Enregistrement du nom commercial
- Taxe de vente au détail et permis de vendeur
- Impôt-santé des employeurs
- Commission de la sécurité professionnelle et de l'assurance contre les accidents du travail.

Pour savoir où trouver un terminal d'aide des EBO dans votre région, visitez le site www.cbs.gov.on.ca./obc/ et cliquez sur « Trouver le centre de services des EBO le plus près de chez vous ».

La mise sur pied d'une nouvelle entreprise alimentaire à valeur ajoutée est une aventure qui peut apporter beaucoup de satisfaction. Par contre, elle apporte aussi son lot de contraintes réglementaires et de risques inhérents à la création et à l'exploitation de ce genre d'entreprise. Les entrepreneurs peuvent limiter les risques qu'ils prennent en faisant une analyse approfondie de leur projet d'entreprise et du climat dans lequel il évoluera et en préparant un plan d'entreprise détaillé et rigoureux.

Remarque :

Les renseignements fournis ici sont d'ordre général et concernent uniquement l'Ontario. Ils étaient à jour à la date de la publication. Veuillez noter que les règlements et les programmes sont susceptibles d'évoluer et ils peuvent également varier selon les municipalités. Avant d'entreprendre quelque démarche que ce soit, nous vous conseillons de vérifier l'état actuel des exigences qui s'appliquent dans votre région en consultant les organismes compétents.

AUTRE LECTURE RECOMMANDÉE

Conseil canadien de la gestion d'entreprise agricole, Ottawa. *L'évaluation des débouchés pour les produits à valeur ajoutée.* ISBN 1-894148-62-2.

Conseil canadien de la gestion d'entreprise agricole
880, rue Wellington, bureau 300
Ottawa (Ontario) K1R 6K7
Téléphone, sans frais : 1 888 232-3262
Télécopieur, sans frais : 1 800 270-8301
Courriel : *council@cfbmc.com*
Site Web : www.farmcentre.com

Nous remercions le Secrétariat d'État pour sa contribution financière à la réalisation de la présente fiche technique.

Cette fiche a été rédigée par **Bill Baxter,** chef de programme, Analyses de faisabilité, MAAO, Guelph.

NOTES PERSONNELLES

Centre d'information agricole
1 877 424-1300
ag.info@omaf.gov.on.ca

www.omaf.gov.on.ca

POD
ISSN 1198-7138
Also available in English
(Order No. 03-057)

Ontario